

## Editorial: Vom Willen zu verstehen

Bernhard Herrlich, Andreas Ledl, David Tréfás

In der Redaktion firmierte das nun vorliegende Heft bis vor kurzem unter dem bewusst polarisierenden Arbeitstitel „Geliebter Feind – Benutzerforschung in Bibliotheken“. Dies geschah getreu unserem Motto, Themen derart aufzugreifen, um Widerspruch oder die Debatte anzuregen. Die Gründe, weshalb es der Arbeitstitel nicht auf die Frontseite geschafft hat, sind vielfältig und legitimieren zugleich die Wahl, die letztlich auf „Vom Willen zu verstehen“ gefallen ist.

Allen voran ist Benutzerforschung in Bibliotheken ein weites Feld. Was alles darunter fällt und nach welchen Kriterien dies geordnet werden kann, hat Annette Kustos in einem Beitrag auf dem Deutschen Bibliothekartag 2010 in Leipzig anschaulich zusammengetragen. So lässt sich Benutzerforschung mindestens nach den Dimensionen der verwendeten Methoden, den der Benutzerforschung zugrundeliegenden Konzepten oder dem mit ihr verfolgten Erkenntnisinteresse unterscheiden – um nur einige Ansatzpunkte zu nennen.

Aus Sicht der verwendeten Methoden kann die Benutzerforschung unter anderem nach eher quantitativen oder qualitativen Methoden gegliedert werden. Hierzu gehören:

- Kundenbefragungen,
- Nutzungsstatistiken,
- Usability,
- Beobachtung, Inhaltsanalysen, Linguistische Analysen, Experten- und Fokusinterviews und Diskussionen.

Nach den der Benutzerforschung zugrunde liegenden Konzepten können Ansätze unterschieden werden, die sich stützen auf:

- Controlling-Konzepte oder produkt- und prozessorientiertes Qualitätsmanagement – dazu gehören Statistiken, standardisierte Benutzerumfragen, Mystery Shopping, Evaluationen zum Beispiel nach Lehrveranstaltungen,
- Informationswissenschaftliche Designs – unter anderem Use Patterns, Bibliometrie, Usability,
- kulturökonomisch-soziologische Designs – Gemeinwesenanalysen, demographische Studien, Segmentanalysen, Markt-, Trend-, Lebensstilforschung,
- sozialwissenschaftliche, ethnographische Designs – Befragungs-, Beobachtungskonzepte.

Nach dem verfolgten Erkenntnisinteresse kann die Benutzerforschung in diejenigen Ansätze unterschieden werden, die unter anderem

- die Benutzereinstellungen wie Benutzerinteressen oder Benutzerzufriedenheit,
- das Benutzerverhalten zum Beispiel bei der Auswahl der Medien, bei der Mediennutzung, die Eignung von Angeboten für den Bedarf des Kunden (insbesondere Effektivität und Usefulness sowie Effizienz und Usability),
- oder die Bedeutung der Angebote für den Benutzer (Wirkungsforschung)

ins Zentrum ihrer Untersuchung rücken (vgl. Kustos 2010).

Diese kleine Übersicht lässt bereits erahnen, dass die ganze Fülle der Benutzerforschung nicht im Umfang eines Heftes abgebildet werden kann.

Nicht nur die Weite des Feldes der Benutzerforschung, sondern auch der Begriff bedarf vorab noch der Aufmerksamkeit. Dieser hat nicht etwa seinen Weg aus der Betriebsökonomie in das Bibliothekswesen gefunden – wie man naheliegender Weise vermuten könnte – sondern scheint eine originäre Schöpfung des Bibliothekswesens zu sein. Betriebswirtschaftlich gesehen ist die Benutzerforschung Teil des Marketings, und was mit Benutzerforschung im bibliothekarischen Kontext gemeint ist, firmiert im Marketing unter Kundenanalyse. Dies ist denn auch der Ausdruck, den Kustos für ihre Übersicht verwendet. Ebenfalls mit diesem stark betriebswirtschaftlichen Bezug liest sich der Titel der aktuell erschienenen Praxiseinführung „Nutzerbezogene Marktforschung für Bibliotheken“ von Siegfried/Nix. Sie verwenden die Begrifflichkeiten „(bibliothekarische) Marktforschung“, „(Be-)Nutzerforschung“ oder „Benutzungsforschung“ synonym und betonen, es gehe stets darum, „zu ermitteln und zu verstehen, wie und warum die Angebote einer Bibliothek (nicht) genutzt werden“ (2013:4). Die Autoren schliessen damit eine Lücke, da „es im deutschen Sprachraum so gut wie keine aktuelleren, praxisorientierten Fachveröffentlichungen zu Methoden der bibliothekarischen Nutzerforschung gibt“ (2013:6).

Mit ihrer Festlegung, bei der Benutzerforschung gehe es immer darum, zu eruieren, wie und warum Angebote einer Bibliothek (nicht) genutzt werden, legen die Autoren gleichzeitig ihre Stossrichtung offen. Es ist *eine* Antwort auf die Frage, weshalb Bibliotheken Benutzerforschung betreiben. Zulässig wären aber auch andere Antworten, zumal Benutzerforschung im Idealfall gar nicht notwendig ist. Dieser Idealfall konkretisiert sich beispielsweise in der eigenen Bibliothek. Er ist genau dann gegeben, wenn Sammler und Nutzer in einer Person zusammenfallen. In der eigenen Bibliothek wird für den Eigengebrauch gesammelt, oder um des Sammelns willen, und Fragen zur Relevanz des Bestandes, zur Zugänglichkeit und Benutzbarkeit stellen sich gar nicht erst (vgl. Kustos 2010). Fällt diese Identität von Sammler und Nutzer auseinander, ergeben sich Brüche in der Konstellation, die es auf die eine oder andere Weise zu überbrücken gilt. Letztlich, meinen wir, ist damit ausgeschält, was alle Benutzerforschungsunterfangen eint. Es geht darum, die verloren gegangene Einheit von Sammler und Nutzer (zumindest virtuell) wieder herzustellen, oder anders ausgedrückt: Benutzerforschung hat zum Ziel, einen Zustand herbeizuführen, der frei von Missverständnissen zwischen Bibliothek und ihren Benutzerinnen und Benutzern ist.

In diesem Sinne kann Nutzerforschung unterteilt werden in reaktive oder aktive Benutzerforschung, in solche, die Mittel zum Zweck oder Selbstzweck ist. So lassen sich unserer Ansicht nach zumindest drei verschiedene Intentionen blosslegen. Bibliotheken betreiben Benutzerforschung

- aus Gründen der Legitimation,
- aus Gründen der Optimierung der Dienstleistungen,
- um ihre Nutzerinnen und Nutzer zu verstehen.

Zum ersten Punkt gehören sicherlich all jene Unternehmungen, die unter die bereits genannte Wirkungsforschung fallen. Hier geht es um das, was Poll in einer Marginalie den „Beweis des Nutzens im Zeitalter der Konkurrenz“ (2006:60) nennt. Der Grund dafür ist, dass Bibliotheken nicht mehr länger ein Monopol auf Discovery, Zugang und Bereitstellung von Information haben (vgl. Showers 2013:10), und die Träger fragen sich (zu recht), ob sich der betriebene Aufwand für den Unterhalt von Bibliotheken rechnet, ob es dadurch nachweisbaren Nutzen gibt und ob sich der gleiche Nutzen nicht in anderer Weise, auch ohne die betreffende Bibliothek, erzielen lässt (vgl. Poll 2006:60). Dem zugrunde liegt die immer wieder portierte Ansicht vom Ende der Bibliothek, die schwierige Finanzlage, die zunehmende Konkurrenz, die an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt werden muss (vgl. zum Beispiel Siegfried/Nix 2013:4). Immerhin, Wirkungsforschung könnte man als Reaktion auf all diese Umstände lesen. Hingegen möchten wir an dieser Stelle die von Havens/Storey angeführte „Anlagerendite“ von öffentlichen Bibliotheken, die für einige Staaten

der USA aufzeigt, dass für jeden investierten Dollar an Steuergeld zwischen gut vier und acht Dollar zurück an den Staat fließen (vgl. Havens/Storey 2010:5), nicht vorenthalten. Nicht minder eindrücklich belegen die von Fühles-Ubach angeführten Studien den ökonomischen Nutzen von Bibliotheken (vgl. 2012: 213), womit nachgewiesen sein dürfte, dass Bibliotheken neben ihrem unschätzbaren immateriellen Wert wohl kaum einer weiteren Legitimation bedürfen.

Nicht abschliessend vom ersten Punkt zu trennen ist der zweite Punkt. Auch hier besitzt der Träger ein begründetes Interesse daran, dass der betriebene Aufwand effizient und effektiv für die Auftragserfüllung eingesetzt wird. Anlass für die Optimierung der Dienstleistungen können ganz unterschiedliche Beweggründe sein, sei dies, um Nutzungszahlen zu erhöhen, um Dienstleistungen gemäss den Anforderungen des betriebseigenen Qualitätsmanagements zu verbessern oder um Ressourcen optimiert einzusetzen. Nebenbei bemerkt, ist die Optimierung des Ressourceneinsatzes nicht per se als Euphemismus für eine Ressourcenkürzung zu verstehen, sondern sie kann oder sollte in der Mehrheit der Fälle eine Umverteilung der Ressourcen bedeuten, etwa um nicht mehr nachgefragte Dienstleistungen einzustellen und die frei gewordenen Kräfte für das Angebot oder die Entwicklung neuer Dienstleistungen zu bündeln. In diesem Bereich der Optimierung oder der besseren Abstimmung von Dienstleistungen für die Benutzerinnen und Benutzer setzt typischerweise das von Siegfried/Nix vorgestellte Marktforschungsinstrumentarium an. Benutzerforschung dieser Art ist reagierend, sie reagiert auf Anforderungen von aussen oder auf Veränderungen der Umwelt. Und in der Tat, die Veränderungen sind vielfältig. Das Konsumenten- und Nutzungsverhalten ändert sich, die Internetnutzung nimmt rapide zu, die Bibliotheken sehen sich mit Sparzwängen konfrontiert, sie werden immer noch lediglich mit dem gedruckten Buch in Verbindung gebracht (vgl. Siegfried/Nix 2013:5). Wie hartnäckig sich übrigens diese ausschliessliche Verbindung von Bibliothek und Gedrucktem hält, zeigt die Zeit-Kolumnistin Kathrin Passig, die alleine mit dem Titel „Die Zukunft des Papierverleihs“ eindrücklich ihre eigene, antiquierte Bibliothekssicht tradiert und sich sicher ist, dass Bibliotheken Papiermuseen sind, die kaum noch eine Existenzberechtigung haben, wenn sie sich nicht bald grundsätzlich wandeln. Denn „[w]as sie können, kann das Internet besser“. Auf welch unumstösslichem Fundament die ungemein ernsten und bibliotheksbedrohenden Schlüsse Passigs bauen, legt sie ungewollt offen, wenn sie eingesteht, sie sei „nicht so vertraut mit den internen Diskussionen der Bibliotheksbranche“ (Passig 2013). Sie manövriert sich damit geschickt in die angenehme Argumentationsecke des Einfach-mal-was-behaupten-Könnens-ohne-es-Belegen-zu-Müssen. Andererseits könnte man diesen Sachverhalt auch als gelungenen Anlass für ein darauf reagierendes Benutzerforschungsprojekt sehen, mit dem Ziel, einerseits mit den geeigneten Methoden festzustellen, weshalb es dazu kommen kann, dass eine Kolumnistin, die sicherlich auch Bibliotheksbenutzerin ist oder war, ein solches Bild von Bibliotheken hat und dieses tradiert, und andererseits aus den Ergebnissen die entsprechenden Massnahmen abzuleiten, um dies künftig zu verhindern.

Der Dritte Punkt, Benutzerforschung, um die Benutzerinnen und Benutzer zu verstehen, unterscheidet sich qualitativ von den vorangegangenen. Benutzerforschung um der Forschung willen ist Grundlagenforschung. Sie hat zum Ziel, das Gegenüber zu verstehen. Ihre Ergebnisse sind damit nicht vorhersehbar, sie sind vielleicht gar unnütz, vielleicht bestätigen sie einiges, das seit langem so in Bibliotheken gehandhabt wird, und vielleicht sind sie in wenigen aber wichtigen Fällen Anlass für neuartige Ansätze, damit die zukünftige Bibliothek den Benutzerinnen und Benutzern passt wie ein Handschuh. Aber das ist nicht das grundsätzliche Ziel. Anders als die zuvor genannten Arten von Benutzerforschung reagiert sie nicht auf äussere Umstände, etwa auf den wie auch immer gearteten Druck von aussen, den Return on Investment aufzuzeigen, oder – aus welchen Beweggründen auch immer – Dienstleistungen zu optimieren. Sie ist proaktiv, geht auf die Benutzerinnen und Benutzer zu und fragt sich, „wer sind die eigentlich, was tun die da, und weshalb tun die das, was sie da tun?“ Sie ist im ersten Moment, wie jede Grundlagenforschung, ziel- und zweckungebunden, und wird um ihrer selbst willen betrieben. Voraussetzungen hierfür sind Interesse am Gegenüber, das Verstehen wollen, was es umtreibt, und das Eintauchen wollen in seinen Hintergrund von Erfahrungen und Werten, aufgrund derer es sich zu konkreten Handlungen entschliesst, seine Entscheidungen fällt oder eine Wahl trifft. Alle in diesen Fällen herangezogenen Methoden sind qualitativ und in kommunikatives Handeln eingebettet. Und wo kommunikatives Handeln in den Fokus rückt, rückt automatisch die menschliche Interaktion in den Vordergrund. Als Ziel aller menschlichen Kommunikation sei an dieser Stelle – etwas verkürzend zwar, aber für unsere Zecke genügend – das Verstehen unterstellt, das notwendigerweise den Willen, verstanden zu werden, und den Willen, zu verstehen, voraussetzt. Und dieser Wille, zu verstehen – um den es uns geht –, kann auf Seiten der Institution an einer inneren Haltung festgemacht werden, die sich mit Interesse und Offenheit gegenüber den Benutzerinnen und Benutzern beschreiben lässt, und sich äusserlich im Angebot zum Dialog oder anderen für das Gegenüber erfahrbaren Bekundungen des Interesses konkretisiert.

Darauf, wie wichtig diese innere Haltung ist und auf welche Überlegungen sie sich stützen kann, geht BARBARA SCHELLHAMMER ein. Sie verweist in ihrem Beitrag, der der Methode (vielleicht besser: der

Haltung) der dichten Beschreibung von Clifford Geertz gewidmet ist, darauf, dass die Verinnerlichung und Umsetzung in der Bibliotheksarbeit nicht unbedingt leicht sei. Dennoch: Die Selbstdarstellung der Bibliothek kann nach Geertzscher Anleitung dahingehend reflektiert werden, dass man sich der Schaffung einer eigenen Bibliothekskultur bewusst wird. Zum anderen kann das Individuum in den Vordergrund treten. Der Dialog zwischen Bibliothek und Benutzerinnen und Benutzern erhält aufgrund des gelebten Interesses die Option auf eine ganz neue Qualität.

Diese innere Haltung voraussetzend, wirbt FRANK SEELIGER für den frischen Blick auf alt Bekanntes. Er fragt danach, ob Bibliothekare ihre Zielgruppe wirklich verstehen. Damit begründet er eine eigentliche Abkehr von der Kundenorientierung hin zu einem Verstehen der Zielgruppe in ethnologischen Dimensionen: Die eigene Bibliothek mit fremden Augen sehen, die fremden Benutzer mit eigenen. Der Perspektivwechsel birgt letztlich eine Chance zur Weiterentwicklung der eigenen Organisation. Seeliger verweist dabei auf den Methodenkanon der Ethnologie und plädiert mit guten Gründen für die Anwendung derselben.

Auch CORINNA HAAS wirbt für eine weitere Verbreitung ethnologischer Methoden in der Benutzerforschung. Sie geht mit Hinweis auf die USA und skandinavische Länder der Frage nach, wie weit in Deutschland die Entwicklung von der gut gemeinten Nutzerorientierung zum gut informierten „User Centered Design“ gediehen ist, und identifiziert eine Reihe von Hindernissen sowie fehlendes Know-how, die dafür verantwortlich zeichnen, dass ethnologische Methoden in Deutschland nicht Fuss fassen können.

Die Autorengruppe THOMAS WEINHOLD, JASMIN HÜGLI, RENÉ SCHNEIDER und BERNARD BEKAVAC nimmt in ihrem Beitrag die Evaluation bibliothekarischer Online-Angebote unter die Lupe. Neben der Klärung des Zusammenhangs zwischen Usability und Usefulness zeigt sie auf, wie diese Aspekte unter Beizug qualitativer Methoden evaluiert werden können. Während für die Evaluation der Usability zwischenzeitlich ein gängiger Methodenkanon existiert, bleibt für die Usefulness noch abzuwarten, wie sich die in der Theorie vorhandenen Modelle zur Bestimmung der Nützlichkeit zukünftig in praktisch anwendbaren Methoden niederschlagen werden. Mit den beiden Plattformen BibEval und PECI stellt die Autorengruppe nützliche Werkzeuge vor, die es Institutionen ermöglichen, selbständig die eigenen Online-Angebote evaluieren zu können.

Mit initial online verschickten Fragebögen operiert die Autorengruppe PERNILLE BRÖNS, ELKE GREIFENEDER und SONIA STØVRING, die sie mit Leitfadeninterviews vertiefen. Sie untersuchen das Nutzerverhalten von Studierenden bezüglich Facebook. Die Versuchsanlage beinhaltet eine kurzzeitige Abstinenz, um die Abhängigkeit von der Kommunikationsplattform zu eruieren beziehungsweise den Zusammenhang zwischen aktiver Facebook-Kommunikation und Studienleistungen zu hinterfragen. Eine Erkenntnis ist, dass Lernen und Gemeinschaft über Facebook verlinkt werden können. Für Bibliotheken könnte sich auf Grund dieses Artikels der Weg öffnen, über Facebook den Kontakt zu potenziellen Zielgruppen zu suchen und beispielsweise über ethnologische Methoden das Verständnis ihnen gegenüber zu erhöhen.<sup>1</sup>

Bei der Zusammenstellung dieser Beiträge wird klar, dass die oben genannten Intentionen „Legitimation“, „Optimierung der Dienstleistungen“ und „Verstehen um des Verstehens willen“ nicht in einer hierarchischen Beziehung stehen, sondern auf einer Ebene gleichberechtigt nebeneinander liegen. So vielfältig die Benutzerforschung ist, so vielfältig durchdringen sich die einzelnen Methoden und Intentionen im einzelnen Forschungsprojekt. Für alle Projekte gleichermassen gilt aber, den Blick immer wieder neu und mit Interesse auf die Benutzerinnen und Benutzer zu richten, und zwar mit dem Willen, diese zu verstehen.

<sup>1</sup> Vgl. Heft 1 (2013) von 027.7 unter [http://www.0277.ch/ojs/index.php/cdrs\\_0277/issue/view/13](http://www.0277.ch/ojs/index.php/cdrs_0277/issue/view/13) [Stand: 18.12.2013].

## Literaturverzeichnis

- Fühles-Ubach, Simone (2012): Benutzerforschung. In: Umlauf, Konrad / Gradmann, Stefan (Hg.): Handbuch Bibliothek – Geschichte, Aufgaben, Perspektiven. Stuttgart: Metzler. S. 209-214.
- Havens, Andy / Storey, Tom (2011): ROI 2020. In: Nextspace 17. S. 4-12. Online verfügbar unter [http://www.oclc.org/content/dam/oclc/publications/newsletters/nextspace/nextspace\\_017.pdf](http://www.oclc.org/content/dam/oclc/publications/newsletters/nextspace/nextspace_017.pdf) [Stand: 18.12.2013].
- Kustos, Annette (2010): Das charmante Feld der Kundenanalyse: Wege, Methoden, Fallstricke. Online verfügbar unter [http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2010/922/pdf/Kundenanalyse\\_Kustos\\_BiblKongr2010\\_Leipzig\\_2.pdf](http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2010/922/pdf/Kundenanalyse_Kustos_BiblKongr2010_Leipzig_2.pdf) [Stand: 18.12.2013].
- Passig, Kathrin (2013): Die Zukunft des Papierverleihs. In: Die Zeit, 4. November 2013. Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/digital/internet/2013-11/passig-bibliotheken-internet> [Stand: 18.12.2013].
- Poll, Roswitha (2006): Was dabei herauskommt: Wirkungsforschung für Bibliotheken. In: ZfBB 53,2. S. 59-70. Online verfügbar unter [http://zfbz.thulb.uni-jena.de/receive/jportal\\_jparticle\\_00001738](http://zfbz.thulb.uni-jena.de/receive/jportal_jparticle_00001738) [Stand: 18.12.2013].
- Showers, Ben (2013): The Student Experience and the Future of Libraries. In: JISC Inform 36. S. 10. Online verfügbar unter <http://www.jisc.ac.uk/inform/inform36/LibrariesOfTheFuture.html> [Stand: 18.12.2013].
- Siegfried, Doreen / Nix, Sebastian Johannes (2013): Nutzerbezogene Marktforschung für Bibliotheken. Eine Praxiseinführung. Berlin: De Gruyter.